

## Der Einfluss sozialer Netzwerke auf die Familiengründung junger Erwachsener in Rostock und Lübeck

Bernardi, Laura; Keim, Sylvia; Lippe, Holger von der

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bernardi, L., Keim, S., & Lippe, H. v. d. (2006). Der Einfluss sozialer Netzwerke auf die Familiengründung junger Erwachsener in Rostock und Lübeck. In K.-S. Rehberg (Hrsg.), *Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2* (S. 4405-4419). Frankfurt am Main: Campus Verl. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-142064>

### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

# Der Einfluss sozialer Netzwerke auf die Familiengründung junger Erwachsener in Rostock und Lübeck

*Laura Bernardi, Sylvia Keim und Holger von der Lippe*

## Einleitung

Ein Schwerpunkt demografischer Forschung ist die Beschäftigung mit der Entwicklung der Fertilität. In den entwickelten Ländern stehen dabei der Rückgang der Geburtenziffer, die Veränderungen im Timing der Familiengründung und der Wandel der Familienformen im Mittelpunkt. Für Deutschland sind besonders die Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland interessant, die auch 15 Jahre nach der Wende noch fortbestehen.

Eine Erklärung für die Entwicklung der Geburtenzahlen kann in den ökonomischen oder institutionellen Rahmenbedingungen gesucht werden, aber auch das Interesse an sozialen Netzwerken, sozialen Interaktionen und ihren Auswirkungen auf das generative Verhalten ist in der demografischen Forschung nicht neu (vgl. Bongaarts/Watkins 1996; Kohler/Bühler 2001). Trotz des wachsenden Interesses an sozialen Interaktionen als Bindeglied zwischen Makro- und Mikroebene sind die Prozesse interpersonaler Einflussnahme empirisch noch weitgehend ungeklärt.

Vor diesem Hintergrund hat sich unser Forschungsinteresse entwickelt. In diesem kurzen Aufsatz möchten wir unser derzeitiges Forschungsprojekt »Freunde, Familie und das eigene Leben« vorstellen, das von den folgenden Forschungsfragen geleitet wird:

1. Welche Vorstellungen, Erwartungen, Wünsche und Pläne haben junge Erwachsene in Ost- und Westdeutschland hinsichtlich Familiengründung oder Familienerweiterung?
2. Wie sehen die Strukturen und die Beziehungen in ihren sozialen Netzwerken aus? Welche Kanäle und Mechanismen sozialer Einflussnahme lassen sich für die Entscheidung zur Elternschaft ermitteln? Wirkt sich die Netzwerkstruktur auf die Einflusskanäle und -mechanismen aus? Und wenn ja, wie? Welche Unterschiede finden sich hier in Ost- und Westdeutschland?

Der Schwerpunkt in diesem Aufsatz liegt auf der Darstellung des Forschungsdesigns und der methodischen Besonderheiten (Abschnitt 1), diese werden kurz in ihren Vor- und Nachteilen diskutiert. Dabei lassen wir auch unsere Erfahrungen aus

der Datensammlung (derzeitiger Stand: etwa ein Drittel der vorgesehenen Interviews) einfließen. Im zweiten Abschnitt geben wir kurz einige beispielhafte Einblicke in das gesammelte Material.

## 1. Das Forschungsdesign

Wir verwenden einen Methodenmix aus einem halbstrukturierten Leitfadeninterview, einer Netzwerkkarte und einer Netzwerktabelle sowie am Ende des Interviews einem Kurzfragebogen zur Erfassung soziodemografischer Daten. Eine Besonderheit ist die Auswahl der Befragten: wir interviewen jeweils eine(n) Hauptbefragte(n) und drei ihrer/seiner wichtigsten Netzwerkpartner. Im Folgenden werden die einzelnen Instrumente und das Sampling genauer vorgestellt.

### 1.1 Das halbstrukturierte Leitfadeninterview

Für die Behandlung unserer Forschungsfragen benötigen wir einen methodischen Ansatz, der eine weitgehende inhaltliche Offenheit bietet bei gleichzeitiger Fokussierung auf das Thema und Ermöglichung eines anschließenden Fallvergleichs. Diese Kombination finden wir in einem halbstrukturierten Leitfadeninterview, das sich am Problemzentrierten Interview (PZI)<sup>1</sup> nach Andreas Witzel orientiert (1985). Eine größtmögliche Offenheit soll den Befragten einen möglichst großen Spielraum bieten, damit sie verdeutlichen können, welche Relevanz bestimmten Themen in ihrem Leben (Ausbildung, Familie, Beruf, Kinder, Partnerschaft etc.) zukommt. Nur durch diese Offenlegung der subjektiven Perspektive der Befragten können wir versuchen, zu verstehen, wie Bedeutungen, Motive und Wünsche hinsichtlich der Familiengründung und eigener Kinder im Zusammenhang des eigenen Lebens vorliegen (vgl. Flick u.a. 2000: 14).<sup>2</sup> Diese subjektive Perspektive der Befragten soll durch mehrere offen formulierte Erzählanreize erschlossen werden. Darüber hinaus sind wir jedoch auch an ganz bestimmten Fragen interessiert, die Eingang in die Interviews finden sollten, unabhängig von den Relevanzsystemen der Befragten (z.B. Fragen zum Kinderwunsch auch bei Personen, die von sich aus dieses Thema

---

1 Das PZI stammt aus der Tradition der »Grounded Theory« (Glaser/Strauss 1998) und wird in der Literatur als eine besonders elaborierte Methode für die Verschränkung deduktiver (d.h. hypothetisch vorstrukturierter) und induktiver (d.h. prozess- und themenoffener) Elemente gesehen (vgl. Mey 1999: 145).

2 Das heißt z.B. auch, dass es für Personen möglich sein muss, zum Ausdruck zu bringen, dass bestimmte Themen keinerlei Relevanz für sie besitzen – und aus welchen Gründen nicht.

nicht ansprechen oder gezielte Fragen zur Bedeutung sozialer Interaktionen). Diese Fragen sind im Leitfaden explizit aufgeführt, um sie zur besseren Vergleichbarkeit systematisch allen Befragten stellen zu können.

Unser Interview-Leitfaden gliedert sich in drei große Bereiche:

- a) Erzählanreize und Fragen zum *Lebenslauf* seit der Schulzeit. Der erste Erzählanreiz ist sehr offen formuliert und die Befragten bestimmen selbst, ob sie den Fokus nur auf Ausbildung und berufliche Entwicklung oder auch auf Partnerschaft und Familiengründung legen. Danach folgen Erzählanreize und Fragen zum Thema Partnerschaft und dann erst zum Thema *eigene Kinder*.
- b) Die strukturierte Darstellung des *sozialen Netzwerks* der Befragten mit Hilfe von Netzwerkkarten und -tabellen und die ausführliche Exploration der Beziehungen und der Charakteristika der genannten Netzwerkpartner sowie Fragen und Erzählanreize zu Interaktionen mit und Einstellungen von Netzwerkpartnern mit Hinblick auf das Thema Familiengründung.
- c) Fragen und Erzählanreize zur Wahrnehmung des *gesellschaftlichen Wandels* (Situation in Deutschland allgemein, das lokale Wohnumfeld im Hinblick auf Familiengründung und Kinderfreundlichkeit; die Nachwendezeit bei den ostdeutschen Befragten). Abschließend folgen, wenn dies zuvor noch nicht deutlich wurde, Fragen zu *allgemeinen Werten* und *Lebenszielen*.

Sowohl die Reihenfolge dieser Bereiche als auch die Abfolge von Erzählanreizen und Fragen innerhalb des je einzelnen Bereichs ist hierbei flexibel konzipiert, das heißt kann dem Erzähl- und Themenfluss der Befragten angepasst werden. Der Zeitbedarf für ein solches Interview ist mit etwa eineinhalb bis zwei Stunden zu veranschlagen. Die meiste Zeit wird für die eher freien Erzählungen in Teil a und für die Erhebung des Netzwerks benötigt (Teil b). Die Instrumente hierfür sollen nun näher vorgestellt werden.

## 1.2 Netzwerkkarte und Netzwerktabelle

Unsere Netzwerkkarte basiert auf der Karte von Robert L. Kahn und Toni C. Antonucci (1980); sie besteht aus sieben konzentrischen Kreisen um ein angegebenes *Ich* in der Mitte (vgl. Abb. 1). Die Kreise und das Gebiet außerhalb wurden mit Kategorien benannt, mit deren Hilfe die Befragten Abstufungen vornehmen können. Die Befragten können auf farbigen Markern die Namen ihrer Netzwerkpartner angeben und diese dann auf die Netzwerkkarte aufkleben.

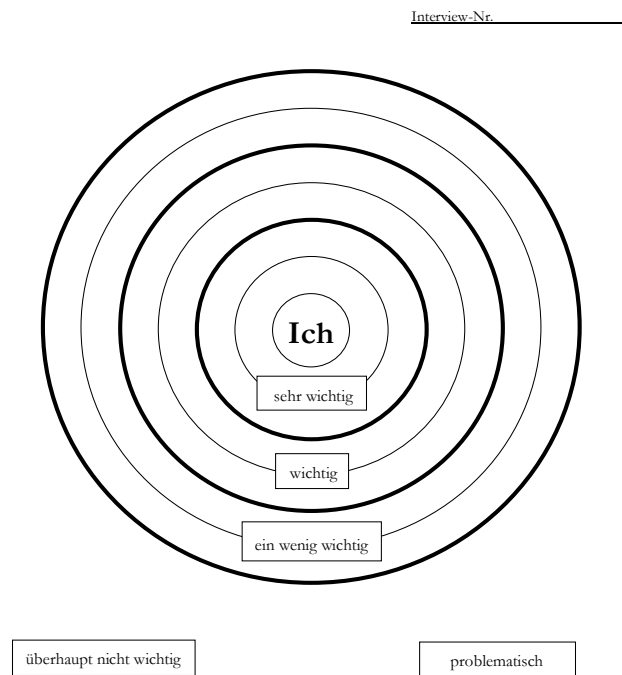


Abbildung 1: Die Netzwerkkarte.

Die Verwendung der Netzwerkkarte ist sowohl für die Befragten als auch für die Interviewer/Forscher von Vorteil. Für die Befragten bedeutet die Netzwerkkarte durch ihre Übersichtlichkeit eine kognitive Erleichterung bei der Erinnerung und Beschreibung ihrer sozialen Beziehungen. Vor allem Befragten mit besonders großen Netzwerken hilft die Karte dabei, den Überblick zu behalten. Ebenso erleichtert die Karte den Interviewern das systematische Erfassen der Netzwerkpartner, das Ermitteln ihrer Charakteristika sowie gezielte Nachfragen zu den Themen Familiengründung und soziale Einflussnahme. Die systematische und strukturierte Datensammlung mit Hilfe der Netzwerkkarte verspricht eine bessere Vergleichbarkeit der sozialen Beziehungen von Befragten als eine qualitative Befragung allein, zum Beispiel auch mittels quantifizierbarer Resultate (z.B. Größe des Netzwerks, Enge der Beziehungen zwischen Ego und Alter). Hier liegt allerdings auch ein großes Problem des grafischen Vorgehens: die Validität der Netzwerkkarte ist weitgehend ungeklärt (vgl. Hollstein 2001). Je nach Befragtem, je nach Netzwerkgenerator (die Frage/Anweisung, mit der die Interviewten aufgefordert werden, ihre Netz-

werkpartner in die Karte einzutragen) sowie je nach den weiteren Instruktionen des Interviewers gibt es eine Vielzahl möglicher Darstellungsformen des Netzwerks. So wird man beispielsweise kaum beurteilen können, ob bei allen Befragten das gleiche Verständnis, was »sehr wichtig« meint, vorherrscht. Ein zusätzliches Problem ist, dass nur wenig darüber bekannt ist, inwieweit durch die Eingangsfrage tatsächlich die (für eine bestimmte Forschungsfrage) *entscheidenden* Kontakte einer Person erfasst werden.

Wir versuchen in unserer Studie diesen Methodenproblemen vor allem durch drei Verfahren zu begegnen:

- a) die beiden Interviewer stehen in ständigem Austausch und überprüfen die Vergleichbarkeit ihrer Instruktionen und Netzwerkkarten;
- b) wir explorieren während des Interviews, was die Befragten unter bestimmten Begriffen (wie z.B. »wichtig«) verstehen;
- c) wir verwenden einen dreistufigen Netzwerkgenerator. In der ersten Stufe ist der Generator sehr allgemein formuliert, so dass wir den Befragten überlassen können, was sie genau mit dem Begriff »wichtig« verbinden und eine Vielzahl unterschiedlicher Beziehungen erfassen.<sup>3</sup> In den beiden folgenden Stufen wird dann der Schwerpunkt auf zwei Dimensionen gelegt, von denen wir wissen, dass sie im Hinblick auf Familiengründung und Fertilität von Bedeutung sind (Hammer u.a. 1982; Belsky/Rovine 1984; Kohler/Bühler 2001): emotionale Nähe<sup>4</sup> und praktische Unterstützung durch Netzwerkpartner<sup>5</sup>.

Die Befragten werden gebeten, die Personen, die sie in der Netzwerkkarte einordnen, kurz vorzustellen. Zur weiteren Exploration haben wir eine Reihe von Deskriptorfragen vorbereitet, wie zum Beispiel:

- Wie lange sind Sie schon befreundet?
- Wie oft sehen Sie sich (schreiben/telefonieren)? Was unternehmen Sie zusammen?

3 »In der Mitte sind Sie und in den Kreisen außen herum können Sie die Menschen anordnen, die Sie so kennen und dabei auch wie wichtig diese zur Zeit für Sie sind. In die beiden engsten Ringe kommen sehr wichtige Personen, in die nächsten beiden Menschen, die wichtig für Sie sind, und in die beiden äußeren, Personen, die zumindest ein wenig wichtig sind. Außerhalb des letzten Kreises können Sie solche Personen anordnen, die Ihnen zur Zeit überhaupt nicht wichtig sind oder die eher problematisch sind.«

4 »Wenn ich jetzt konkreter danach frage, mit wem Sie auch über sehr persönliche Dinge von sich reden können, auch über vielleicht schwierige oder problematische, und von wem Sie sich dann so verstanden fühlen, wie Sie sind, wie würden Sie dann die Leute, die Sie so kennen, hinsichtlich ihrer Wichtigkeit anordnen?«

5 »Wer würde Sie unterstützen, wenn Sie ein (weiteres) Kind hätten? Wie wichtig wären (sind) die Leute, die Sie so kennen, hinsichtlich einer solchen (dieser) Unterstützung?«

- Hat er/sie einen Partner? Ist verheiratet? Seit wann?
- Hat er/sie Kinder? Wissen Sie, ob er/sie Kinder will?

Die Netzwerkkarte ermöglicht uns die Erfassung quantitativer Maßzahlen, wie Größe des Netzwerks und Beziehungsstärke zwischen Ego und ihren/seinen Netzwerkpartnern. Zudem erhalten wir unter Einbezug der qualitativen Nachfragen ein umfangreiches und differenziertes Bild des sozialen Netzwerks einer Person. Jedoch enthält diese Darstellung lediglich die Abbildung der Beziehungen der Netzwerkmitglieder zu Ego (d.h. wir erhalten einen so genannten *first order star*), während die Beziehungen der Netzwerkpartner untereinander (d.h. die so genannte *first order zone*) nicht deutlich wird. Deshalb verwenden wir zusätzlich zur Netzwerkkarte eine Netzwerktabelle.

#### *Die Netzwerktabelle*

Mittels der Netzwerktabelle werden die Beziehungen der Netzwerkpartner untereinander erfragt (vgl. Abb. 2). Da es bei besonders großen Netzwerken zeitlich zu aufwändig wäre, die Beziehungen aller Netzwerkpartner abzufragen, verwenden wir eine Netzwerktabelle, in welche die zehn wichtigsten Personen aus der Netzwerkkarte eingetragen werden. Anschließend fragen wir nach dem Grad der Beziehungen dieser Netzwerkpartner untereinander mit Hilfe einer fünfstufigen Skala, in der die Beziehungen ausgehend von völliger gegenseitiger Unbekanntheit (0) aufsteigend bis hin zu enger Freundschaft oder engem Kontakt (4) angegeben werden können. Diese Skala stellt einen Kompromiss dar, mit dem versucht wird, sowohl die Quantität (Häufigkeit des Kontakts) als auch Qualität einer Beziehung (Nähe) mit einzubeziehen.


Auch hier können wieder quantitative Indizes ermittelt werden: ein Maß für die *Beziehungsstärke* zwischen Ego und ihren zehn wichtigsten Partnern gemäß der fünfstufigen Skala sowie davon abgeleitet ein Maß für die *Dichte* des inneren Wichtigkeits-Netzwerkes (die durchschnittliche Bekanntheit der Personen untereinander).

### 1.3 Der Kurzfragebogen

Der Kurzfragebogen ermittelt systematisch soziodemografische Merkmale von Ego und Egos Lebenspartner (z.B. Alter, Beruf, Familienstand, Kinderzahl), ausgewählte Charakteristika der Partnerschaft (z.B. Dauer der Beziehung, Dauer des Zusammenlebens, Arbeitsteilung in der Partnerschaft) sowie einige Angaben zu Egos wichtigsten Netzwerkpartnern (z.B. Familienstand, Kinderzahl, Alter der Kinder, Kenndauer).

Interview-Nr. \_\_\_\_\_

Netzwerk- partner	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.
1.										
2.										
3.										
4.										
5.										
6.										
7.										
8.										
9.										
10.										



0	1	2	3	4
kennen sich gar nicht	haben sich ein oder zweimal getroffen	sehen sich von Zeit zu Zeit mal	kennen sich gut	haben engen Kontakt/ sind enge Freunde

/ = weiß nicht

Abbildung 2: Die Netzwerktafel.



#### 1.4 Die Auswahl der Befragten

Eine Besonderheit unserer Studie ist, dass wir vor dem Hintergrund unseres Interesses für soziale Beziehungen und sozialen Einfluss es anstreben, stets eine(n) Hauptbefragte(n) (Ego) sowie bis zu drei ihrer/seiner wichtigsten Netzwerkpartner (Alteri) zu interviewen. Im Folgenden sollen die Vorteile und Probleme dieser Strategie und die Auswahl der Befragten vorgestellt werden.

##### 1.4.1 Interviews mit Ego und seinen/ihren Alteri

Das Interviewen von Hauptbefragten sowie ihren Netzwerkpartnern bietet vor allem drei Vorteile:

- Wir können von allen Beteiligten direkt erfahren, welche Einstellungen sie bezüglich Familiengründung im Allgemeinen haben und auch, was sie über die jeweilige Situation ihrer Netzwerkpartner denken.
- Sowohl Ego als auch Alter beschreiben uns ihre Beziehung und Interaktionen bezüglich des Themas Familiengründung, so dass wir unsere Analyse auch auf die Perspektive beider Beteiligter stützen können.
- Wir erhalten von Ego Informationen über Alter (oder vice versa), die diese(r) nicht geben konnte, wollte oder zu geben vergaß, dies kann vor allem bei konflikthaften Themen (Krankheit, künstl. Befruchtung, Abtreibung) der Fall sein.

Es ist notwendig, bei diesen Interviews mit Ego und ihren/seinen Alteri forschungsethische Bedenken zu berücksichtigen: der Interviewer darf auf keinen Fall Informationen, die er von Ego erhalten hat, an Alter weitergeben (etwa: »Ihr Partner/Freund/Sohn hat uns aber erzählt, dass ...«). Die Vertraulichkeit der Information hat hier Priorität. Nichtsdestotrotz gilt es, im Hinterkopf zu behalten, was der Interviewpartner zu diesem oder jenem gesagt hatte, und entsprechend »neutral« formulierte Fragen zu stellen. Die in qualitativen Interviews ohnehin geforderte *double attention*<sup>6</sup> (Wengraf 2001: 194) erhöht sich bei Netzwerkinterviews gewissermaßen zu einer *triple attention*, wenn der Interviewer vor der Aufgabe steht, das beschriebene Informations-Handling zu betreiben und gleichzeitig ein gutes Interview zu führen.

---

<sup>6</sup> Tom Wengraf versteht unter *double attention*, dass Interviewer den Befragten aufmerksam zuhören und gleichzeitig den Interviewverlauf managen müssen, das heißt, sie müssen im Blick behalten, wieviel Zeit noch zur Verfügung steht und entscheiden, welche Fragen sie in welcher Tiefe noch stellen möchten.

#### 1.4.2 Die Auswahl der Egos

Die Auswahl der Befragten wird in der qualitativen Sozialforschung selten auf Zufallsbasis gestaltet, sondern dient meist einem bestimmten Zweck (*purposive sampling*). Da wir die qualitative Netzwerkstudie vor dem Hintergrund einer demografischen Fragestellung zum Verständnis der aktuellen Fertilität und Familiendynamik in Ost- und Westdeutschland entwickelt haben, haben wir eine Stadt in Ost- und in Westdeutschland ausgewählt. Es ist sinnvoll, die Studie auf zwei Städte zu beschränken, um Interviewpartner zu finden, die in einem vergleichbaren sozialen Umfeld leben. Bei der Auswahl der Städte war dann zu beachten, dass sie einen möglichst homogenen historischen und sozialen Hintergrund haben sollten, unsere Wahl fiel daher auf die beiden norddeutschen Städte Rostock und Lübeck, welche eine relativ gute Vergleichbarkeit mit Hinblick auf die Größe der Stadt (rund 200.000 Einwohner), den historischen Hintergrund (beide sind Hafenstädte mit hanseatischer Tradition), die aktuelle sozioökonomische Lage (ökonomisch angespannte Situation, mit höherer Arbeitslosigkeit in Rostock: 18% vs. 13%) und die Zusammensetzung der Bevölkerung (Lübeck ist eine demografisch »alte« Stadt, während Rostock v.a. in den letzten Jahren durch den Wegzug jüngerer Kohorten und den jüngeren Fertilitätseinbruch eine stark alternde Stadt ist) versprechen.

Da bekannt ist, dass die stärksten Änderungen im Fertilitätsverhalten über die letzten Jahrzehnte bei Personen mit *höheren* und *mittleren Bildungsabschlüssen* auftraten (Kreyenfeld 2001, 2004), konzentrieren wir uns auf Befragte mit diesen Abschlüssen. Wir wählen unsere Hauptbefragten über ihren (Real- oder Gymnasial-) Schuljahrgang aus, da wir davon ausgehen, dass sie somit wichtige Jahre auf dem Weg zum Erwachsenwerden miteinander verbracht und in einem ähnlichen schulischen Umfeld sozialisiert wurden. Zum anderen vermuten wir, dass ehemalige Schulfreunde zum Teil auch heute noch miteinander befreundet oder zumindest bekannt sind, so dass sich zum einen daraus schon vielfältige soziale Beziehungen zwischen den Hauptbefragten ergeben und dadurch möglicherweise auch die Erhebung von (Teilen der) sozialen Netzwerken vereinfacht wird.

Der Jahrgang wird so gewählt, dass die Befragten heute zwischen 26 und 31 Jahre alt sind, da in diesem Alter das Thema Familiengründung wahrscheinlich gerade aktuell ist (das durchschnittliche Alter verheirateter Mütter bei Geburt ihres ersten Kindes liegt derzeit in Deutschland bei 29 Jahren).

#### 1.4.3 Die Auswahl und Rekrutierung der Alteri

Am Ende des Interviews mit Ego erklären wir, dass wir unsere Studie ausweiten möchten und deshalb gern drei weitere Personen aus Egos Familien- oder Freundeskreis als Interviewpartner vermittelt bekommen würden. Hier fragen wir gezielt

nach Kontakt zu jenen drei Personen, die Ego als wichtigste Netzwerkpartner in die Netzwerkkarte eingetragen hat. Dies sind typischerweise der Partner, die Eltern oder enge Freunde.

Die Reaktion der Befragten auf diese Bitte fiel unterschiedlich aus, von spontaner Ablehnung (»der macht so was nicht«) bis zu spontaner Zustimmung (»die macht das bestimmt«). Hier wird deutlich, dass Ego für die Rekrutierung der Alteri eine wichtige Gatekeeper-Funktion erfüllt, Egos Fürsprache kann den Kontakt herstellen, aber auch verhindern.

Für die Alteri, die ungefähr im selben Alter wie Ego sind, wird der gleiche Interview-Leitfaden genutzt wie für Ego. Lediglich für Alteri aus der älteren Generation (meist Eltern) wird ein gekürzter Leitfaden verwendet, da es bei ihnen weniger um ihre eigene Entscheidung für/gegen Kinder geht, als vielmehr ihre aktuellen Vorstellungen zum Thema Familiengründung und ihre Beziehung zu Ego.

Insgesamt streben wir 64 Interviews mit Egos und entsprechend bis zu 192 Interviews mit ihren Alteri an (vgl. Abb. 3).

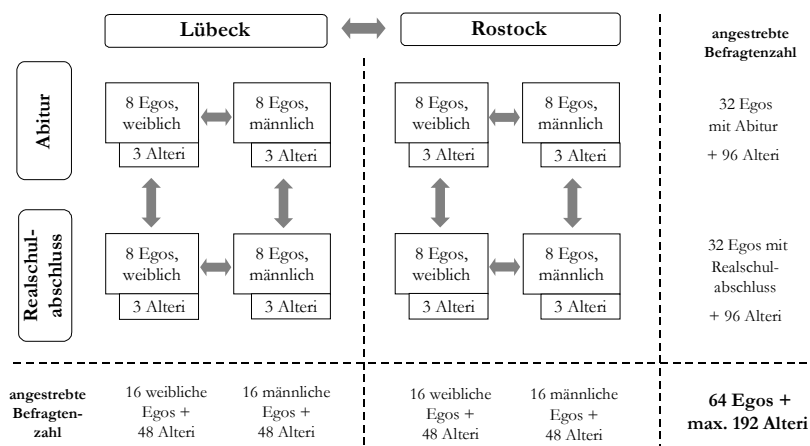


Abbildung 3: Die Struktur des Samples.

## 2. Einblicke in die Analyse

Ein Beispiel soll verdeutlichen, welcher Art die Erzählungen über soziale Einflüsse sind, die wir in unseren Interviews erhalten.

### 2.1 Erzählungen über soziale Einflüsse von Ego und Alteri

Ego ist eine 29-jährige Frau aus Lübeck. Sie hat einen fast dreijährigen Sohn und ist seit drei Jahren verheiratet. Nach der Geburt ihres Sohnes war sie für eineinhalb Jahre in Elternzeit und betreute ihren Sohn, jetzt beendet sie ihre Ausbildung und ihr Ehemann nimmt seither Elternzeit, um das Kind zu betreuen.

Aus der Netzwerkkarte und ihren Erzählungen erfahren wir, dass ihre drei wichtigsten Alteri (neben ihrem Sohn) ihr Ehemann, ihre Mutter und ihre beste Freundin sind. Diese drei konnten als Alteri interviewt werden. Interessant ist in diesem Fall die Gegenüberstellung von Passagen, in denen es um soziale Einflussnahme geht, einmal aus dem Interview mit Ego verglichen mit den Aussagen ihres Partners. Wir haben in der folgenden Darstellung die Mechanismen sozialer Einflussnahme und wichtige Zitatpassagen kursiv gesetzt.

Ego berichtet in ihrem Interview von *sozialem Druck*, der auf sie ausgeübt wurde, damit sie die Elternzeit beendet und ihre Ausbildung fortführt:

»Mein Mann wollte ja denn gerne selber Elternzeit machen. Wenn 's nach mir gegangen wäre, ich wäre gern noch bisschen länger zu Hause geblieben. (...) Es war wirklich *hauptsächlich mein Mann, der mir gesagt hat, ich soll ihm jetzt nicht sein Recht auf Elternzeit nehmen.*« (Ego L08)

Egos Ehemann hingegen spricht ganz anders über diesen Sachverhalt: Für ihn steht ihre Abmachung im Vordergrund, und dass er, nachdem sie ihren Teil der Abmachung erfüllt hat, nun seinen übernehmen muss. Da Ego kein Wort über diese Abmachung verliert, ganz im Gegenteil betont, sie wäre gerne länger zu Hause geblieben, kann der Einfluss von Ego nicht als sozialer Druck verstanden werden, vielmehr besteht für Alter ein Gefühl der *subjektiven Verpflichtung*:

»Wir hatten ausgemacht, ich mach *[meine Ausbildung]* fertig und danach darf sie dann und ich guck nach dem Kind. Und so ist es dann auch gewesen. Also ich arbeite, wenn ich Zeit habe, bin als freier Mitarbeiter tätig und kümmer mich ums Kind. Ja, das ist schön. So hatten wir das *abgemacht*, ist ja auch super, wenn man das Kind in dieser jungen Phase erleben kann und selber bisschen prägend drauf einwirkt.« (Ehemann von Ego L08)

Neben den Einflüssen, die der Ehemann und die Mutter auf Ego ausüben, erfahren wir auch davon, dass Egos Erfahrungen Auswirkungen auf Egos beste Freundin haben, die aus der Beobachtung von Ego für sich lernt (*soziales Lernen*):

»Also wenn ich schon so 'n Kind auf die Welt bringe, dann möchte ich das auch irgendwie genießen. Dann möchte ich dafür da sein und zu Hause bleiben. Und meine Freundin hat jetzt wieder mit [ihrer Ausbildung] angefangen. Und sie sagt, das war zu früh. Und sie sagt, also sie hätte gern auch noch ein Jahr irgendwie noch dranhängen können, weil das einfach irgendwie so 'n Alter ist, da passiert ja soviel, das möchte ich halt auch nicht alles verpassen.« (beste Freundin von Ego L08)

## 2.2 Strukturdaten der Netzwerke

Zwei weitere Beispiele sollen verdeutlichen, welcher Art die Strukturdaten sind, die wir mit Hilfe der Netzwerkkarte ermitteln können; wir greifen hierfür die Netzwerkgröße und die Dichte des Netzwerks heraus.

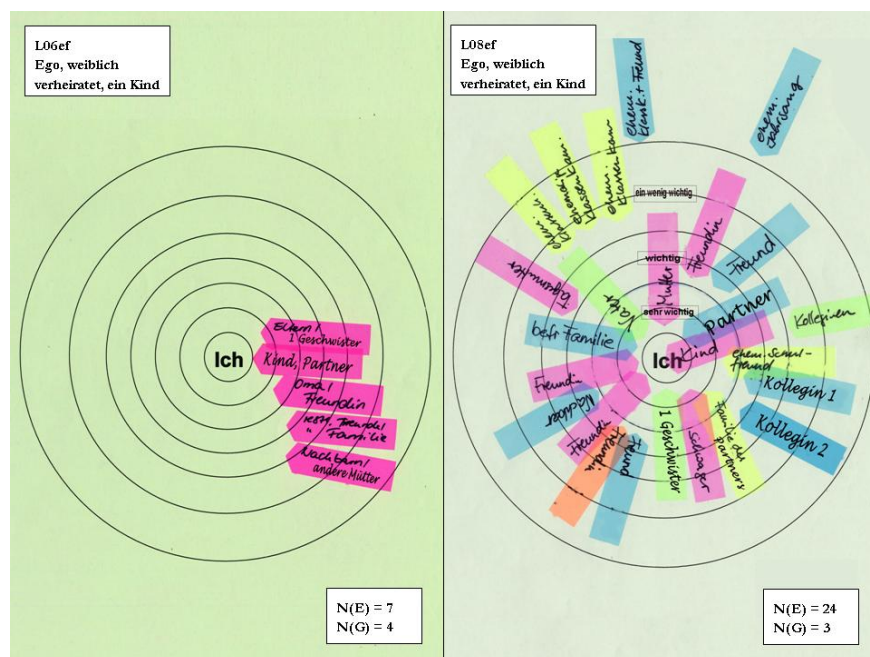


Abbildung 4: Vergleich eines besonders kleinen und eines besonders großen Netzwerks.

### Netzwerkgröße

Die durchschnittliche Größe der von uns bislang in Lübeck erhobenen quantifizierbaren Netzwerke ( $n = 33$ ) liegt bei  $N = 22$  (Minimum: 11 Netzwerkpartner; Maxi-

mum: 48 Netzwerkpartner). Die Streuung ist damit wie erwartet recht hoch, und es wird interessant sein, diese Kennziffer mit anderen Ergebnissen auf Gruppenebene zu korrelieren.

### Netzwerkdicke

Die durchschnittliche Dichte der Netzwerke liegt bei 0,53, das heißt 53 Prozent der Netzwerkpartner kennen sich, 47 Prozent kennen sich nicht. Im Netzwerk mit der geringsten Dichte kennen sich lediglich 16 Prozent der Netzwerkpartner untereinander, in dem mit der höchsten Dichte 84 Prozent.

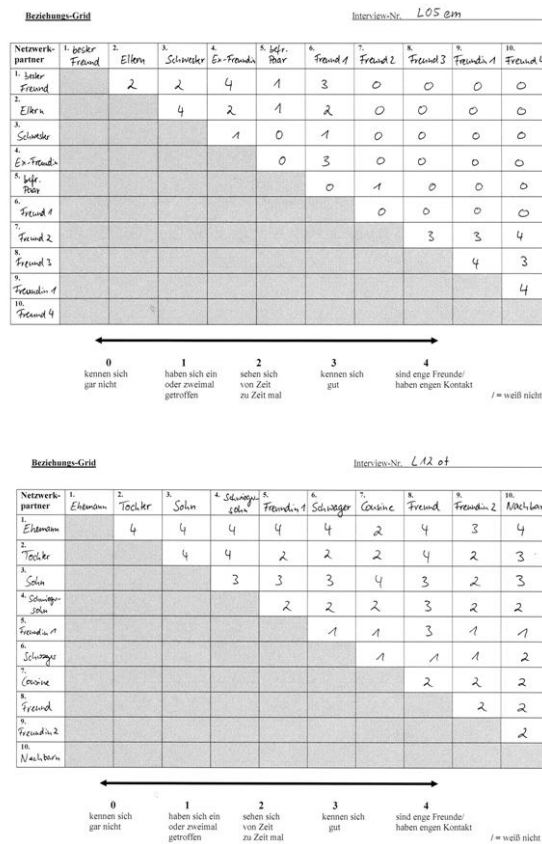


Abbildung 5: Vergleich eines besonders dichten und weniger dichten Netzwerks.

## Zusammenfassung und Ausblick

In diesem Aufsatz haben wir ein Forschungsdesign zur Untersuchung sozialer Einflüsse auf die Entscheidung zur Elternschaft vorgestellt. Die Besonderheiten dieser Studie liegen in der Kombination verschiedener Erhebungsinstrumente (Leitfadeninterview, Netzwerkkarte, Netzwerktabelle, Kurzfragebogen) sowie im Einbezug mehrerer Perspektiven durch die Befragung der Zielperson und ihrer drei wichtigsten Netzwerkpartner. Die Datensammlung ist zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht abgeschlossen und es konnten erst einige wenige Einblicke in das reichhaltige empirische Material gewonnen werden; das Analysepotential dieser Daten ist jedoch bemerkenswert. Wir können die Interviews danach auswerten, welche Bedeutung das Thema Familiengründung für junge Erwachsene hat, welche Pläne oder Vorstellungen sie darüber haben. Durch Gruppenvergleiche (z.B. Ost/West, männlich/weiblich, Realschule/Gymnasium) können wir hier zu einem tieferen Verständnis gelangen. Des Weiteren bietet die Kombination aus Netzwerkkarte und -tabelle sowie den qualitativen Informationen über die sozialen Beziehungen und Interaktionen einen großen Datenpool, der es uns ermöglicht, die Bedingungen und Erscheinungsformen sozialer Einflussnahme besser zu verstehen. Nicht zuletzt ermöglichen es uns die Interviews mit Ego und ihren/seinen Alteri, Partnerschafts-, Freundschafts- und auch Eltern-Kind-Dyaden sowie möglicherweise hier spezifisch auftretende Einflussmechanismen zu analysieren.

## Literatur

- Belsky, Jay/Rovine, Michael (1984), »Social Network Contact, Family Support and the Transition to Parenthood«, *Journal of Marriage and the Family*, Jg. 46, S. 455–463.
- Bernardi, Laura (2004), »Channels of Social Influence on Reproduction«, *Population Research and Policy Review*, Jg. 22, H. 5-6, S. 527–555.
- Bernardi, Laura/Keim, Sylvia/von der Lippe, Holger (2005), »Freunde, Familie und das eigene Leben. Zum Einfluss sozialer Netzwerke auf die Lebens- und Familienplanung junger Erwachsener in Lübeck und Rostock«, in: Hollstein, Betina/Straus, Florian (Hg.), *Qualitative Netzwerkanalyse. Konzepte, Methoden, Anwendungen*, Wiesbaden (im Erscheinen).
- Bongaarts, John/Watkins, Susan (1996), »Social Interactions and Contemporary Fertility Transitions«, *Population and Development Review*, Jg. 22, H. 4, S. 639–82.
- Flick, Uwe/Kardorff, Ernst von/Steinke, Ines (Hg.) (2000), *Qualitative Forschung. Ein Handbuch*, Hamburg.
- Glaser, Barney G./Strauss, Anselm L. (1998), *Grounded Theory. Strategien qualitativer Forschung*, Bern/Göttingen/Toronto/Seattle.
- Hammer, Muriel/Gutwirth, Linda/Phillips, Susan L. (1982), »Parenthood and Social Networks: A Preliminary Review«, *Social Science & Medicine*, Jg. 16, S. 2091–2100.

- Hollstein, Betina (2001), *Grenzen sozialer Integration. Zur Konzeption informeller sozialer Beziehungen und Netzwerke*, Opladen.
- Kahn, Robert L./Antonucci, Toni C. (1980), »Convoys over the Life Course: Attachment, Roles and Social Support«, *Life-span Development and Behavior*, Jg. 3, S. 253–286.
- Kohler, Hans-Peter/Bühler, Christoph (2001), »Social Networks and Fertility«, in: Smelser, Neil J./Baltes, Paul B. (Hg.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, Oxford, S. 14380–14388.
- Kreyenfeld, Michaela (2001), *Employment and Fertility: East Germany in the 1990s*, Diss., Rostock.
- Kreyenfeld, Michaela (2004), »Fertility Decisions in the FRG and GDR: An Analysis with Data from the German Fertility and Family Survey«, *Demographic Research*, Special Collection 3, Publication Number 11, S. 276–318.
- Mey, Günter (1999), *Adoleszenz, Identität, Erzählung. Theoretische, methodologische und empirische Erkundungen*, Berlin.
- Wengraf, Tom (2001), *Qualitative Research Interviewing: Biographic Narrative and Semi-structured Methods*, London.
- Witzel, Andreas (1985), »Das problemzentrierte Interview«, in: Jüttemann, Gerd (Hg.), *Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*, Weinheim, S. 227–255.